

2012-2016年中国香水市场调研及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年中国香水市场调研及发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/122104.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

第一章、香水的相关概述

第一节、香水的介绍

一、香水的概念和分类

二、香水的组成成分

三、香水的香味阶段

四、香水的派别及特征

第二节、香水用香料概述

一、制造香料的花香分类

二、主要植物性香水原料

三、主要动物性香水原料

四、我国天然香料品种及分布

第三节、香水制造的相关工艺

一、精华油的提炼程序

二、香水加工制作流程

第二章、世界香水产业的发展

第一节、国际香水的历史及品牌概述

一、世界十大国度香水起源与历史

二、世界知名品牌香水的开发历程

三、世界著名香水品牌及其风格简况

四、世界香水的命名方式介绍

第二节、世界香水市场发展

一、世界香水业步入生态时代

二、全球香水市场发展动态

三、世界香水行业潮流浅析

四、香水行业掀起怀旧复古风

五、欧美高端香水公司在危机中逆市上扬

六、美国香水市场的发展浅析

第三节、香水产品开发动态

一、阿玛尼开发出男士香水系列产品

二、世界香水巨头联手开发新香水系列

三、2010年世界首款铁路主题香水上市

四、2011年世界首款栗花香水问世

第四节、世界香水包装发展概述

一、香水包装的设计和生历史

二、法国香水包装设计的特点分析

三、现代香水瓶造型的设计思维分析

四、两款名牌香水的包装比较分析

五、特色香水包装是抢占消费者关键

六、香水包装设计的流行趋势

第三章、中国香水业发展概况

第一节、我国香水市场总体发展分析

一、我国香水市场的产品和品牌介绍

二、中国国产香水品牌发展优势浅析

三、我国香水市场表现迥异

四、南京香水市场一片大好

五、香水企业不断细分市场开拓市场潜力

第二节、我国香水消费分析

一、我国香水消费与国外消费存在差异

二、中国香水消费者购买习惯分析

三、理性消费带动下国内香水凸显新特点

四、香水消费新趋势

第三节、香水营销分析

一、香水的主要销售模式

二、品牌香水的价值塑造和营销手法

三、国产香水品牌营销的关键要素

四、香水吧创新经营的建议

第四节、中国香水市场面临的问题和发展对策

一、我国香水市场的发展瓶颈分析

二、中国香水市场发展缓慢的对策建议

三、国产香水品牌走出发展瓶颈的方法

四、我国香水企业打破制约难题之策

第四章、香水细分产业

第一节、汽车香水

一、车用香水的种类及需求特点

二、广东汽车香水市场呈现出繁荣景象

三、我国首款人车两用汽车香水上市

四、浅析国内车用香水市场发展的制约因素

第二节、男士香水

- 一、男士香水市场逐渐发展起来
- 二、国际品牌纷争男士香水市场
- 三、男性香水产品需求的发展动态
- 四、品牌成为男士选用香水主要因素
- 五、观念障碍制约男士香水的发展
- 六、找准定位精心打造男士香水品牌
- 七、男士香水市场大有潜力

第三节、儿童香水

- 一、国内外儿童香水市场概况
- 二、中国儿童香水发展备受误解
- 三、儿童香水打开中国市场可能性

第五章、香精香料行业的发展

第一节、世界香精香料行业分析

- 一、世界香精香料业已步入快速发展阶段
- 二、国际香料香精市场开始回升
- 三、全球主要香精香料公司发展动态
- 四、主要国家香料香精立法和管理概况

第二节、中国香精香料行业分析

- 一、我国香料香精工业发展历程
- 二、世界香精香料知名企业完成在华战略布局
- 三、我国最大香精香料生产基地建成
- 四、我国香精香料行业发展思路
- 五、中国香精香料产业结构调整对策

第三节、香料香精企业的发展分析

- 一、中国香精香料生产企业三大格局分析
- 二、香精香料出口企业积极开发新兴市场
- 三、我国香料香精企业面临的发展困境
- 四、我国香精企业应对困难的策略
- 五、香料香精中小企业发展的四条路
- 六、国内香精香料企业应对欧盟REACH法规策略

第四节、生物技术对香精香料的发展分析

- 一、生物技术在香精香料生产的历史
- 二、生物技术在香精香料生产中的应用
- 三、生物工程给香精香料业带来新发展
- 四、芳香化合物的生物工程技术前景

第六章、国外主要企业及品牌

第一节、香奈儿（CHANEL）

一、品牌简介

二、香奈儿情景营销分析

三、香奈尔5号香水成功的原因

第二节、让·古戎

一、公司简介

二、让·古戎香水营销背景

三、让·古戎香水进军中国市场的优势

四、让·古戎香水营销策略

五、让·古戎打造中国特色香水经销团队

第三节、兰蔻（LANCÔME）

一、品牌简介

二、兰蔻主要经典香水介绍

三、兰蔻的品牌战略定位

四、兰蔻成功经营之道

五、兰蔻面临的三大问题

第四节、迪奥（DIOR）

一、公司简介

二、迪奥香水发展回顾

三、Dior推出男士运动淡香水

四、迪奥的品牌发展带来的启示

第五节、雅诗兰黛（ESTÉE LAUDER）

一、品牌介绍

二、雅诗兰黛发展简史

三、雅诗兰黛推新款香水Sensuous

四、雅诗兰黛发力中国锁定高端市场

五、雅诗兰黛全新营销策略

第六节、克莱恩（CALVIN KLEIN）

一、品牌介绍

二、CK香水产品介绍

三、克莱恩香水包装创新设计

四、克莱恩扩张亚洲市场首推中国

第七节、其它品牌

一、伊丽莎白·雅顿（Elizabeth Arden）

二、娇兰 (Guerlain)

三、三宅一生 (Issey Miyake)

四、古驰集团 (Gucci)

五、巴宝丽 (Burberry)

六、纪梵希 (Givenchy)

第七章、国内企业

第一节、南京巴黎贝丽丝香水有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月南京巴黎贝丽丝香水有限公司经营状况

三、2010年1-12月南京巴黎贝丽丝香水有限公司经营状况

第二节、浙江倩靓化妆品有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月浙江倩靓化妆品有限公司经营状况

三、2010年1-12月浙江倩靓化妆品有限公司经营状况

第三节、广州市圣伊华精细化工有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月广州市圣伊华精细化工有限公司经营状况

三、2010年1-12月广州市圣伊华精细化工有限公司经营状况

第四节、克丽丝汀·迪奥 (上海) 香水化妆品有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月克丽丝汀·迪奥 (上海) 香水化妆品有限公司经营状况

三、2010年1-12月克丽丝汀·迪奥 (上海) 香水化妆品有限公司经营状况

第五节、上海香海美容品厂

一、公司简介

二、2009年1-12月上海香海美容品厂经营状况

三、2010年1-12月上海香海美容品厂经营状况

第六节、金玛瑙香水 (明光) 有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月金玛瑙香水 (明光) 有限公司经营状况

三、2010年1-12月金玛瑙香水 (明光) 有限公司经营状况

第七节、义乌市美之源化妆品有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月义乌市美之源化妆品有限公司经营状况

三、2010年1-12月义乌市美之源化妆品有限公司经营状况

第八节、快美特汽车精品 (深圳) 有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月快美特汽车精品（深圳）有限公司经营状况

三、2010年1-12月快美特汽车精品（深圳）有限公司经营状况

第九节、中山市薇娜化妆品有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月中山市薇娜化妆品有限公司经营状况

三、2010年1-12月中山市薇娜化妆品有限公司经营状况

第十节、中国其他香水生产企业简介

一、北京巴黎兰西化妆品有限公司

二、上海家化有限公司

三、广州市伊丽雅化妆品有限公司

四、广州爱特丽汽车香水有限公司

五、贝弗莉化妆品（珠海）有限公司

附录

附录一 香料香精产品生产许可证实施细则

图表目录：

图表 香水购买的渠道

图表 香水产品资讯来源

图表 全球十大香精香料公司市场份额

图表 香料香精产品单元表

图表 企业生产应用香料香精产品必备的生产设备和检测仪器

图表 抽样规则及抽样单

图表 香料香精产品生产许可证检验项目、内容及判定标准

图表 香料香精产品检验收费标准

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/122104.html>